Commerce international Canada
International Trade Canada
Canada

CanadExport

Vol. 22, nº 15
15 septembre 2004

Singapour sur la voie de l'hydrogène

En juillet, Singapour a franchi une étape de plus vers une économie alimentée à l'hydrogène avec le lancement de la première voiture à pile à combustible d'Asie du Sud-Est et l'inauguration de la première pompe à hydrogène du monde dans une station d'essence de détail.

La société vancouveroise **Ballard**, qui a produit la pile à combustible alimentant les automobiles Daimler-Chrysler, a participé de près à ces réalisations.

« Singapour appuie la création d'une infrastructure de ravitaillement d'hydrogène et de programmes de banc d'essai, ce qui ouvrira des débouchés avantageux pour le transport écologique, affirme M. John Harris, directeur général de Ballard pour la région de l'Asie-Pacifique. »

La voiture à hydrogène, qui peut atteindre 140 km/h, a été confiée à la National Environment Agency (NEA) de Singapour. Au cours des prochains mois, six prototypes semblables, tous alimentés à la pile à combustible, seront mis en circulation à Singapour dans le cadre de son programme de banc d'essai pour l'énergie propre financé par l'Economic Development Board (EDB).

voir page 5 — **Hydrogène**

La première voiture à hydrogène d'Asie du Sud-Est, propulsée par Ballard Power Systems de Vancouver.

Mode : le Canada sort ses griffes

L'industrie vestimentaire canadienne a redoré son image lors du dévoilement de la collection printemps/été de **Philippe Dubuc** à Paris pendant la Semaine de la mode masculine.

Aux côtés de Givenchy, Lang, Rykiel, Hermès, Vuitton, Dior, Galliano, Yamamoto et Gaultier, Philippe Dubuc participait pour la quatrième fois à ce prestigieux événement auquel aucun autre canadien n'a jamais eu l'honneur d'être invité!

De renommée mondiale, Philippe Dubuc a reçu l'appui de la section commerciale de l'ambassade du Canada à Paris. Il a déjà utilisé le célèbre carrousel du Louvre pour l'un de ses défilés. Cette année, il fallait trouver ce petit plus qui surprendrait la presse et les acheteurs et lui permettrait de se démarquer de la concurrence, et on a trouvé! Le défilé a été présenté dans les jardins de la résidence officielle de l'ambassadeur du Canada à Paris, un magnifique hôtel particulier du XVIII[e] siècle ayant appartenu à la famille royale. Près de 300 personnes ont assisté à cette grande fête, surtout des journalistes et des acheteurs-clés. Les réactions ont été très positives.

« Dans la résidence de l'ambassadeur du Canada, Philippe Dubuc, créateur québécois, présenta une

voir page 4 — **Mode**

2007-01869/

TIC : Trinité-et-Tobago suit l'exemple canadien

En août, le Canada et Trinité-et-Tobago ont signé un protocole d'entente qui devrait créer de nombreuses possibilités d'affaires pour les firmes canadiennes. Industrie Canada a conclu avec le ministère de l'Administration publique et de l'Information de Trinité-et-Tobago ce protocole d'entente destiné à appuyer le plan des technologies d'information et de communication de ce pays.

Le plan témoigne de la volonté du gouvernement trinidadien de transformer le pays en une société du savoir d'ici 2008, en fournissant aux habitants de Trinité-et-Tobago un « carnet de route pour la connectivité » d'inspiration canadienne visant à brancher les gens, les collectivités, les entreprises, les organismes publics et les maisons d'enseignement sur un réseau technologique intégré.

Occasions d'affaires

Pour mettre en œuvre ce plan des TIC en 2005, Trinité-et-Tobago accepte depuis juillet dernier des soumissions internationales pour la fourniture de biens et de services d'une valeur de 80 millions de dollars. Le plan bénéficie de l'appui financier de la Banque interaméricaine de développement.

Le protocole d'entente reconnaît le Canada comme l'un des pays les plus « branchés » du monde ainsi que sa vaste expérience en cybergouvernement.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Michaeline Narcisse, haut-commissariat du Canada à Trinité-et-Tobago, courriel : michaeline.narcisse@international.gc.ca, site Web : www.fastforward.tt.

Étaient présents à la signature du protocole d'entente sur les TIC entre le Canada et Trinité-et-Tobago (assis de gauche à droite) : Arnold Piggott, haut-commissaire du Canada à Trinité-et-Tobago; Jacqueline Wilson, secrétaire permanent du ministère de l'Administration publique et de l'Information de Trinité-et-Tobago; Michael Binder, sous-ministre adjoint, Spectre, Technologies de l'information et télécommunications, Industrie Canada; et Louis Vadeboncœur, président et chef de direction par intérim, Conseils et Vérification Canada. Debout de gauche à droite : Ram Narayan et Mark Lusignan, Conseils et Vérification Canada.

CanadExport

Rédaction : Yen Le
Michael Mancini
Jean-Philippe Dumas

Abonnement
Téléphone : (613) 992-7114
Télécopieur : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@international.gc.ca
Site Web : www.canadexport.gc.ca

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada.
Tirage : 55 000 exemplaires

Also available in English.

ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.

Convention de la poste-publication nº 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS), CICan
125, promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2
Courriel : canad.export@international.gc.ca

Firme malaisienne cherche partenaire

Malayan Adhesives & Chemicals (MAC), entreprise de produits chimiques bien implantée dont le siège social se trouve en Malaisie, recherche des partenaires commerciaux dans le but de former des coentreprises de fabrication et de conclure des ententes commerciales, des accords de distribution ou des contrats de concession de licence pour les résines et les produits de remplissage spéciaux destinés aux industries de fabrication de matériaux composites, de papier et de produits à base de bois. L'entreprise vend ses produits partout en Asie, en Europe et en Amérique du Nord. Elle a un personnel de vente et de soutien technique d'expérience et possède un réseau bien établi d'usines de fabrication, de bureaux, d'entrepôts et de circuits de distribution.

Pour de plus amples renseignements : Lawrence Kok, MAC, courriel : lawrence @cqtech.com, tél. : (603) 5519-1801, poste 80, téléc. : (011-603) 5518-1122.

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL

INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources... à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en ligne et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Le Délégué commercial virtuel est l'un des secrets du succès à l'exportation

Rien d'étonnant que Bluedrop Performance Learning compte parmi ses clients réguliers des entreprises telles que Sony, Cisco, Dell et Microsoft. En l'espace d'un peu plus d'une décennie, l'entreprise terre-neuvienne Bluedrop a atteint un sommet inégalé. Entreprise primée, elle compte des succursales un peu partout en Amérique du Nord et met son expertise en matière d'apprentissage électronique au service de six industries différentes, allant de l'industrie du logiciel à l'industrie électronique.

Quant à la promotion des exportations, on constate d'emblée que l'entreprise est dotée d'une équipe des plus compétentes. Le président-directeur général de Bluedrop, Emad Rizkalla, et son associé, Richard Haywood, savent rapidement dénicher et mettre à contribution les ressources qui aident leur entreprise à prendre de l'expansion à l'étranger — et leur flair les a très bien servis jusqu'ici. Les ventes à l'exportation représentent aujourd'hui près de 60 % des recettes annuelles de l'entreprise.

Bluedrop a mis au point un certain nombre de façons de faire et de ressources qui ont contribué à son succès sur la scène internationale — le Délégué commercial virtuel est l'une de ces ressources.

Bluedrop utilise le Délégué commercial virtuel pour obtenir des renseignements sur les marchés ainsi que comme outil de recherche. L'entreprise s'en sert également pour demander des services de délégués commerciaux œuvrant dans ses marchés, comme Tom Palamides à Los Angeles et Lynda Watson à Washington. « Nous savons que nous pouvons tirer parti d'autres services et fonctionnalités du Délégué commercial virtuel, explique M. Haywood, et nous comptons bien les exploiter à fond puisque les études de marché se sont déjà avérées nettement avantageuses pour nous. Nous avons toujours été satisfaits des services fournis par des délégués commerciaux comme Tom et Lynda, et c'est extraordinaire de savoir que nous pouvons obtenir ces mêmes services en ligne de façon rapide et pratique, 24 heures par jour, 7 jours par semaine, grâce à notre délégué commercial virtuel. »

« Le Délégué commercial virtuel nous donne des renseignements par région et par secteur sur le marché américain, qui est notre principal marché d'exportation. Ce type de renseignements nous permet de cibler de manière plus précise des marchés particuliers aux États-Unis et d'obtenir des services et de l'information ciblés sur l'exportation. »

Richard Haywood
Bluedrop Performance Learning
www.bluedrop.com

Bluedrop

Inscrivez-vous maintenant, à l'adresse www.infoexport.gc.ca, pour avoir accès à un Délégué commercial, et vous comprendrez pourquoi Richard Haywood et des milliers d'autres Canadiens sont déjà inscrits!

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel, consultez

www.infoexport.gc.ca

TIC : réunion au sommet

Hanovre, Allemagne — du 10 au 16 mars 2005 — **CeBIT** est le plus grand et le plus important salon professionnel des technologies de l'information et des communications (TIC) du monde entier. L'an dernier, il a accueilli 6 411 exposants.

Commerce international Canada (CICan) mettra sur pied un pavillon à CeBit 2005, et le processus de recrutement est déjà engagé. Des stands clés en main y logeront les entreprises canadiennes dont les produits appartiennent à diverses catégories comme celles du logiciel, du matériel et de la sécurité. Naturellement, les entreprises qui souhaitent modifier un stand existant selon leurs besoins ou créer leur propre stand pourront réserver un espace pour elles seules.

CeBIT offre aux entreprises canadiennes du secteur des TIC une excellente occasion de tirer parti des nouveaux débouchés en Union européenne, avec ses 25 membres, en Asie, au Moyen-Orient et dans les Amériques.

CeBIT intéresse un très grand éventail de professionnels. En fait, environ 510 000 visiteurs, dont 75 000 étaient des cadres supérieurs, ont participé à CeBIT l'an dernier, soit plus qu'à tout autre salon professionnel concurrent.

voir page 5 — TIC

Mode — *suite de la page 1*

collection ultramoderne, mêlant urbanisme contemporain et attitudes sportives. Des détails et surpiqûres graphiques, des sangles marquant les lignes d'épaules, des pantalons aux coutures ourlées de biais extérieur soulignaient l'anatomie dynamique du corps. La maîtrise était visible, tout en subtilité. Un créateur à suivre », peut-on lire dans le magazine *Vogue*.

« Le Québécois Philippe Dubuc se démarque dans les subtilités. Entre blanc, brume, ardoise et gris orage, il décline un vestiaire confortable inspiré du sportswear et des vêtements de travail. Blousons, tee-shirts, pulls d'été et pantalons se déclinent dans des matières surteintes ou patinées », rapporte *Le Figaro*.

Les enjeux et les retombées sont importants : les articles et images tirés de cet événement vont circuler aux quatre coins du monde durant six mois, soit l'intervalle entre deux collections.

« Tout ceci est bénéfique non seulement pour la maison Philippe Dubuc, mais également pour l'image de marque de l'industrie canadienne du vêtement », affirme M. Denis Trottier, attaché commercial à Paris.

Consciente que la France est — aux côtés de l'Italie, de l'Angleterre et des États-Unis — l'une des principales filières internationales pour la création, la diffusion et la commercialisation des tendances vestimentaires, l'industrie vestimentaire canadienne fait du marché français une cible prioritaire : seize compagnies de Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec ont présenté leurs nouvelles collections balnéaires et de lingerie à Lyon Mode City du 4 au 6 septembre 2004.

Dubuc fait sensation auprès de l'élite de la mode française.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Denis Trottier, attaché commercial, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33-1) 44 43 23 82, téléc. : (011-33-1) 44 43 29 98, courriel : denis.trottier@international.gc.ca.

Une mission multisectorielle s'ébranle pour Buffalo

Toronto et Buffalo — les 19 et 20 octobre 2004 — Pour célébrer le 20e anniversaire du programme Exportation É.-U., Commerce international Canada, en collaboration avec Ontario Export Inc. et Manufacturiers et Exportateurs du Canada, invite les dirigeants de PME canadiennes à participer à une mission commerciale de deux jours à destination de Buffalo (New York).

La centaine de participants attendus à cette importante mission commerciale multisectorielle assisteront au lancement officiel de la mission à Toronto le 19 octobre 2004 pour se diriger par la suite à Buffalo où ils assisteront à divers exposés et séances de formation.

Exportation É.-U.

Le programme Exportation É.-U. a été mis sur pied en 1984 dans le but de fournir aux dirigeants de PME canadiennes des renseignements pratiques sur l'exportation ainsi que des contacts directs avec les marchés américains. Depuis, plus de 20 000 sociétés canadiennes ont participé aux différentes activités telles que des séminaires au Canada et des missions aux États-Unis.

Selon un sondage réalisé auprès de sa clientèle, le programme a remporté un franc succès. En plus de la grande satisfaction exprimée, 70 % des répondants ayant participé à une mission aux États-Unis ont indiqué que l'activité leur avait permis de prendre une décision éclairée au sujet de leur projet d'exportation.

Les frais d'inscription de 125 $ par personne à la mission comprennent la plupart des repas, le transport entre Toronto et Buffalo, l'hébergement à Buffalo le 19 octobre et l'ensemble des séminaires.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Doreen Kilbride, tél. : (613) 944-6566, courriel : doreen.kilbride@international.gc.ca, ou avec Jocelyn Guimond, tél. : (613) 996-6192, courriel : jocelyn.guimond@international.gc.ca, site Web : www.international.gc.ca/can-am/export.

TIC — *suite de la page 4*

De plus, le quart de tous les visiteurs présents à l'édition de l'an dernier venaient d'une centaine de pays en plus de l'Allemagne. Autrement dit, CeBIT attire les décideurs les plus influents de tous les coins du monde.

Les organisateurs mettent présentement au point un certain nombre d'activités promotionnelles destinées à accroître la visibilité des entreprises canadiennes à ce prestigieux salon. CICan aura un stand d'information, et les agents de commerce canadiens de plusieurs bureaux d'Europe seront sur place pour conseiller les exposants sur les débouchés qu'offrent leurs marchés respectifs. Les gouvernements de l'Alberta et de l'Ontario comptent également y prendre part et y appuyer les entreprises de leur province.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Cliff Singleton, agent de commerce, consulat du Canada à Munich, tél. : (011-49-89) 2199-5717, téléc. : (011-49-89) 2199-5757, courriel : munic-td@international.gc.ca. Pour des renseignements sur le pavillon canadien, communiquez avec Louise Giguère, Commerce international Canada, tél. : (613) 996-1892, téléc. : (613) 944-1008, courriel : louise.giguere@international.gc.ca. Pour des renseignements sur la gamme complète des services offerts aux exposants, communiquez avec Co-Mar Management Services, représentant canadien du salon, tél. : 1 800 727-4183, courriel : info@hf-canada.com, sites Web : www.hf-canada.com et www.cebit.de.

Hydrogène — *suite de la page 1*

Cette pompe à hydrogène est la première à être installée dans une station d'essence de détail existante. Ailleurs dans le monde, les postes de remplissage se trouvent dans des stations distinctes. Au début de 2005, un second poste devrait entrer en service à Singapour et sera tout aussi innovateur puisqu'il fonctionnera sans préposé et qu'il produira de l'hydrogène sur les lieux mêmes, réduisant ainsi considérablement le prix de l'hydrogène à la pompe.

Outre ces développements dans le secteur des applications mobiles des piles à combustible, Singapour s'efforce de perfectionner ses applications stationnaires. Son Housing & Development Board, de concert avec l'EDB et la NEA, est à la recherche d'entreprises désireuses de participer à un projet-pilote visant à utiliser la pile à combustible à membrane échangeuse de protons comme source d'alimentation de secours des stationnements à niveaux multiples. La NEA n'est pas sans ignorer le savoir-faire du Canada dans les technologies des énergies de remplacement et serait ravie d'obtenir la participation d'une entreprise canadienne à ce projet.

Pour financer la croissance de son économie de l'hydrogène, Singapour se fera l'hôte de la World Hydrogen Technologies Convention (WHTC) en octobre 2005. Le salon professionnel de trois jours qui se tiendra en marge de ce congrès sera une excellente occasion de mettre en valeur les technologies de pointe appliquées à la production, au stockage, au transport et à la distribution de l'hydrogène ainsi que les toutes nouvelles technologies des piles à combustible.

Pour de plus amples renseignements sur l'économie de l'hydrogène de Singapour, sur les débouchés pour les entreprises canadiennes ou encore sur la participation à la WHTC 2005, communiquez avec Jason LaTorre, délégué commercial, haut-commissariat du Canada à Singapour, courriel : spore-td@international.gc.ca.

Hong Kong, est-ce payant?

Bien que Hong Kong soit au 15e rang des partenaires du Canada, qui y exporte pour 1,15 milliard de dollars, on se demande encore si l'île demeure un marché alléchant pour les exportateurs canadiens.

La réponse est oui. « Hong Kong offre de nombreux débouchés pour les entreprises technologiques canadiennes qui pratiquent des prix compétitifs, déclare M. David McNamara, délégué commercial principal à Hong Kong. Elle est dotée d'un régime financier et législatif complet, ainsi que d'un vaste éventail de services aux entreprises qui en font le marché le plus hospitalier d'Asie. En fait, les entreprises canadiennes ont connu de bons résultats dans bien des secteurs de l'île. »

TIC

Hong Kong tient à se procurer les technologies les plus récentes et en a les moyens. Une centaine d'entreprises canadiennes exercent des activités dans le secteur des TIC. Industrie Canada, lors d'une enquête réalisée il y a deux ans, a classé Hong Kong au 5e rang des marchés d'exportation du Canada dans ce secteur.

Transports

Les entreprises canadiennes sont actives dans le secteur des transports intelligents et de la signalisation ferroviaire. Au cours des dix prochaines années, la Région administrative spéciale de Hong Kong allouera plus de 5 milliards de dollars au développement de ses réseaux ferroviaire et routier, de même qu'à la construction d'un pont vers Macao. Selon le délégué commercial, ces projets offrent de nombreuses possibilités pour les entreprises canadiennes.

Aliments et produits du poisson

Le Canada connaît un certain succès dans le secteur des aliments transformés et de la restauration, mais il y a encore beaucoup à faire pour atteindre des résultats satisfaisants. Le Canada a bon espoir que l'embargo sur le bœuf sera levé d'ici la fin de l'été.

Environnement

L'île offre des possibilités dans les domaines du traitement de l'eau et de l'épuration des eaux usées, de la gestion des déchets solides, du dessalement et du contrôle de la qualité de l'air et de l'eau. Plusieurs entreprises de Hong Kong participent à de multiples projets environnementaux en Chine et sont souvent à la recherche de partenaires.

Hong Kong constitue une bonne rampe de lancement pour les PME. Elle bénéficie de l'économie la plus libre du monde, et son taux d'imposition est très bas. « La ville est très soucieuse de plaire aux entreprises, et il y est très facile de trouver un partenaire compétent ou d'y créer son entreprise, précise M. McNamara. »

La plupart des clients du consulat général du Canada à Hong Kong sont des PME. Et la plupart des PME canadiennes établies sur l'île ont pu rapidement étendre leurs activités en Chine et dans les pays voisins.

Hong Kong demeure une véritable porte d'entrée sur le marché chinois pour les entreprises canadiennes, en particulier les PME. L'île constitue une excellente vitrine pour la promotion des produits canadiens auprès d'acheteurs de la Chine continentale. On y compte des milliers de gens qui ont l'habitude de faire des affaires en Chine.

Il est conseillé aux PME canadiennes de produits et services novateurs voulant saisir les occasions d'affaires qui s'offrent en Chine de s'associer avec des entreprises de Hong Kong. Elles disposent des moyens financiers, du savoir-faire et des contacts nécessaires pour faire des affaires en Chine. Dernièrement, Hong Kong et le Canada ont signé un accord de libre-échange intitulé *Closer Economic Partnership Arrangement* semblable à l'ALENA. Cet accord offre l'admission en franchise de droits aux produits de Hong Kong et un plus grand accès aux services que ne le fait l'Organisation mondiale du commerce.

Les risques et les avantages

Certaines entreprises canadiennes pourraient approcher directement le marché de la Chine, sans passer par Hong Kong. De l'avis de M. McNamara, cette façon de procéder a ses risques et ses avantages.

En prenant contact avec un partenaire à Hong Kong, les entreprises canadiennes disposent instantanément d'un nombre élevé de contacts d'affaires en Chine, du savoir-faire nécessaire pour mener des affaires sur le continent, d'une meilleure garantie d'être payées et d'un accès plus rapide sur le marché de la Chine continentale. Il y a certes un coût à cela. Il appartient à chaque entreprise canadienne de voir si elle est prête à tolérer le risque supplémentaire qu'il y a à percer seule le marché chinois pour économiser les coûts qu'elle aurait à assumer si elle faisait appel à un partenaire.

Il ne faut pas sous-estimer la rampe de lancement que constitue Hong Kong. « L'île est en soi un excellent marché, un bon milieu d'affaires — en particulier pour les PME —, et un véritable tremplin pour se lancer à la conquête du marché chinois, conclut M. McNamara. »

Renseignements : David McNamara, délégué commercial principal, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7414, courriel : david.mcnamara@international.gc.ca.

« Saveurs du Canada » en Floride

Miami, Floride — les 2 et 3 décembre 2004 — Agriculture et Agroalimentaire Canada, de concert avec Commerce international Canada, invite les exportateurs canadiens à participer au **7e Salon-conférence de l'alimentation et de la boisson des Amériques**.

Cette année, dans le cadre du programme « Saveurs du Canada », les exposants canadiens auront l'occasion de présenter leurs produits et services au pavillon du Canada et de rencontrer les principaux acheteurs d'Amérique latine et des Caraïbes.

Au menu figurent diverses activités qui permettront aux exportateurs canadiens d'établir des réseaux avec des acheteurs internationaux de l'Amérique latine et des Caraïbes, dont un colloque, une séance de jumelage, une réception offerte par le Canada et un pavillon du Canada où ont été réservés 46 stands d'exposition. De plus, les agents commerciaux de plusieurs ambassades du Canada dans la région de l'Amérique latine et des Caraïbes seront aussi de la partie pour présenter les exportateurs canadiens à des acheteurs potentiels.

La ville de Miami sert de plus en plus d'accès aux marchés de l'Amérique latine et des Caraïbes. Elle est actuellement le principal centre de vente et de distribution des produits agroalimentaires et des boissons qui transitent vers ces marchés. L'an dernier, plus de 87 % des exportations totales de la Floride y étaient destinées.

La région de Miami compte à elle seule plus de 2 000 importateurs, exportateurs et distributeurs de produits agroalimentaires et de boissons; ces derniers sont très intéressés par la perspective d'agir comme représentants de nouveaux produits ou comme distributeurs. En outre, Miami est le plus grand port de la marine de croisière au monde. Les croisiéristes achètent par l'intermédiaire de leurs acheteurs locaux des aliments et des boissons pour plus de trois millions de passagers chaque année.

Les liens se fortifient

Les liens commerciaux du Canada avec l'Amérique latine et les Caraïbes ne cessent de croître. Le Canada a signé des accords bilatéraux ou régionaux de libre-échange (ALE) avec l'Amérique latine : l'ALE avec le Costa Rica, l'ALE avec le Chili et l'ALENA. Le gouvernement du Canada négocie à l'heure actuelle un ALE avec le Guatemala, le Salvador, le Honduras et le Nicaragua (ALE Canada-CA4) et envisage la possibilité d'amorcer des initiatives en matière de commerce et d'investissement avec d'autres pays de l'hémisphère.

Le Canada s'efforce activement de promouvoir la libéralisation des échanges dans les Amériques et au sein de l'Organisation mondiale du commerce et exerce un rôle prépondérant dans le projet d'établissement de la Zone de libre-échange des Amériques. Grâce aux accords qu'il a signés, ses liens commerciaux avec la région de l'Amérique latine et des Caraïbes devraient croître dans les cinq à dix prochaines années, tout comme l'a permis l'ALENA au cours de la dernière décennie.

Le Salon de l'alimentation et de la boisson des Amériques constitue une excellente occasion d'élargir votre clientèle puisqu'il attire plus d'acheteurs de la région de l'Amérique latine et des Caraïbes que tout autre salon de l'alimentation aux États-Unis. L'édition de l'an dernier a rassemblé plus de 402 exposants de 28 pays différents et 6 045 visiteurs de 75 pays; et 54 % des acheteurs y ont pris des décisions d'achat.

Le Salon a engendré plus de 180 millions de dollars en ventes directes et 1,2 milliard de dollars en ventes prévues sur une période de douze mois. Quelque 60 % des ventes visaient les produits alimentaires, 13 % la viande et la volaille, 12 % les jus et boissons, 7 % les fruits de mer, 7 % les aliments exotiques et 2 % les produits du café.

La brochure contiendra la liste de tous les exposants et associations du secteur agroalimentaire canadien ainsi que les partenaires et les personnes-ressources de l'ambassade et sera remise avant le Salon aux acheteurs d'Amérique latine et des Caraïbes. Pour y figurer, les entreprises intéressées doivent soumettre leur profil le 24 septembre 2004 à 16 h au plus tard.

Manufacturiers et exportateurs se rassemblent à Montréal

Montréal — les 17 et 18 novembre 2004 — Le salon **Innovation Exportation 2004** accueillera plus de 4 000 visiteurs. Cette importante manifestation ne manquera pas d'inspirer les manufacturiers et les exportateurs en leur dévoilant les plus récentes tendances en productivité et les toutes dernières solutions et innovations en matière d'exportation. Les stands d'exposition mettront en vedette les outils et services de productivité les plus récents et offriront d'intéressantes occasions de réseautage.

Les exposants pourront aussi participer à la Conférence annuelle des manufacturiers et exportateurs canadiens. Ils assisteront à des séances plénières interactives et des plus informatives et entendront le point de vue d'économistes canadiens. De plus, le Forum international sur la Chine, qui a pour thème « Développez votre stratégie en Chine » et qui est organisé par le Conference Board du Canada, se déroulera conjointement avec Innovation Exportation 2004. Quelque 500 invités, chefs d'entreprise et entreprises en lice assisteront à un dîner de gala où seront remis les Prix canadiens d'innovation 2004.

Profitez du salon Innovation Exportation 2004 pour miser sur de nouvelles occasions d'affaires. Venez rencontrer des décideurs de tout le Canada et de l'étranger. Où mieux faire valoir votre expertise, vos produits et vos services qu'auprès de milliers de visiteurs et de délégués en quête de solutions pouvant accroître la productivité et le développement de nouveaux marchés?

Pour de plus amples renseignements, consultez le site www.innovationexportation.ca.

BIO-INDUSTRIES

Brisbane, Australie — du 7 au 10 novembre 2004 — **AusBiotech 2004** est un rendez-vous international qui réunit les principaux acteurs du domaine des biosciences de l'Australie. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Pierre Desmarais, tél. : (011-61-2) 6270-4000, téléc. : (011-61-2) 6270-4069, courriel : pierre.desmarais@international.gc.ca, sites Web : www.canada.org.au ou www.ausbiotech2004.com.

INDUSTRIE CULTURELLE

Toronto — le 28 octobre 2004 — Le **Canadian Education Industry Summit** est un forum international annuel où les chefs de file de l'industrie de l'éducation et des milieux d'affaires viennent échanger sur les débouchés qu'offre le domaine de l'éducation. Le sommet de cette année aura pour thème Canadian Education Exports: Our Best New Export Opportunity. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Charles Ivey, président, Canadian Education Industry Summit, courriel : Charles_ivey@firstclass.com, tél. : (416) 520-0957.

INDUSTRIES ENVIRONNEMENTALES

Sao Paulo, Brésil — du 3 au 5 novembre 2004 — **FIMAI** est une foire internationale du domaine des industries environnementales unique en son genre en Amérique latine. **Pour plus de renseignements**, visitez le site www.fimai.com.br ou communiquez avec Mariangela Olivieri de Lima, consulat du Canada à Sao Paulo, tél. : (011-55-11) 5509-4321, téléc. : (011-55-11) 5509-4260, courriel : infocentre-spalo@international.gc.ca.

Hyderabad, Inde — les 19 et 20 novembre 2004 — **Everything About Water Expo 2004** est une exposition-conférence internationale sur la gestion de l'eau et des eaux usées. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec H. Subramaniam, courriel : subrah@eawater.com, site Web : www.eawater.com, ou avec le haut-commissariat du Canada à New Delhi, courriel : viney.gupta@international.gc.ca.

INDUSTRIES DE LA SANTÉ

Brno, République tchèque — du 2 au 5 novembre 2004 — **MEFA** est une foire internationale du domaine de la pharmacie et de la technologie médicale. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada en République tchèque, tél. : (011-420) 272-101-800, téléc. : (011-420) 272-101-894, courriel : prgue@international.gc.ca, sites Web : www.canada.cz ou www.bvv.cz/mefa-gb.

MÉTAUX ET MINÉRAUX

Porto, Portugal — du 10 au 14 novembre 2004 — **Portugal Metal** est une exposition internationale portant sur les machines-outils, la métallurgie et la métallomécanique. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada à Lisbonne, tél. : (011-351-21) 316-4651, téléc. : (011-351-21) 316-4695, courriel : lsbon-td@international.gc.ca, sites Web : www.emaf.exponor.pt ou www.infoexport.gc.ca/pt.

PRODUITS DU BÂTIMENT

Boston, Massachusetts — du 16 au 18 novembre 2004 — **Build Boston 2004** est une foire commerciale et une conférence qui s'adressent aux spécialistes de la conception, de la construction et de la gestion. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le consulat général du Canada à Boston, tél. : (617) 262-3760, téléc. : (617) 262-3415, courriel : boston.commerce@international.gc.ca, sites Web : www.boston.gc.ca ou www.buildboston.com.

Koweït, Koweït — du 18 au 24 décembre 2004 — **Building & Reconstruction Exhibition**, foire du domaine de la construction et des réseaux d'alimentation en eau, attire plus de 50 000 personnes chaque année. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada au Koweït, tél. : (011-965) 256-3025, téléc. : (011-965) 256-4167, courriel : kwait-td@international.gc.ca, site Web : www.infoexport.gc.ca/kw.

TIC

Nairobi, Kenya — les 17 et 18 novembre 2004 — **Finance-IT East Africa** est le premier forum-exposition panafricain sur la finance et les technologies à l'intention des spécialistes et des gestionnaires du secteur bancaire africain. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le haut-commissariat du Canada au Kenya, tél. : (011-254-20) 366-3000, téléc. : (011-254-20) 366-3916, courriel : nrobi-td@international.gc.ca, site Web : www.infoexport.gc.ca/ke.

TRANSPORT FERROVIAIRE ET TRANSPORT URBAIN

Melbourne, Australie — les 10 et 11 novembre 2004 — **AusRail 2004**, salon professionnel biennal, est la plus importante manifestation en Australie dans le domaine du transport ferroviaire. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Geoff Fox, tél. : (011-61-2) 6270-4000, téléc. : (011-61-2) 6270-4069, courriel : geoff.fox@international.gc.ca, sites Web : www.canada.org.au ou www.ausrail.com.

Service des renseignements Le Service des renseignements de Commerce international Canada et d'Affaires étrangères Canada offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications et des services d'orientation. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376**, région d'Ottawa : **(613) 944-4000**, par télécopieur au **(613) 996-9709** ou par Internet (**www.international.gc.ca**).

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Convention de la poste-publication nº 40064047